1. „Anzeigenauftrag" im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag zwischen Verlag und Auftraggeber über die Veröffentlichung und Verbreitung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen" bezeichnet) eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (nachfolgend insgesamt als „Werbungtreibende" bezeichnet) in einer Zeitung oder Zeitschrift.

2. Ein „Abschluss" ist ein Vertrag über die Veröffentlichung mehrerer Anzeigen unter Beachtung der dem Werbungtreibenden gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte, wobei die jeweiligen Veröffentlichungen auf Abruf des Auftraggebers erfolgen. Rabatte werden nicht gewährt für Unternehmen, deren Geschäftszweck unter anderem darin besteht, für verschiedene Werbungtreibende Anzeigenaufträge zu erteilen, um eine gemeinsame Rabattierung zu beanspruchen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln. Vereinbarte Nachlässe werden nur innerhalb dieses Insertionsjahrs gewährt.

3. Unsere Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Der erteilte Anzeigenauftrag kommt erst nach Bestätigung in Schrift- oder in Textform durch uns zustande. Bei fernmündlich oder handschriftlich aufgegebenen Anzeigen bzw. in dieser Form veranlassten Änderungen und Abbestellungen übernehmen wir keine Haftung für die sachliche Richtigkeit.

4. Platzierungswünsche werden nur durch unsere ausdrückliche Bestätigung, schriftlich oder in Textform, als verbindlich anerkannt. Die Übersendung von mehr als zwei Vorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen, die nicht zu Reklamationen berechtigen. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Für Reproduktion und Satz entstehende Kosten werden dem Kunden berechnet.

5. Wird ein Auftrag vom Auftraggeber storniert, ohne dass der Verlag dies zu vertreten hat, so wird bei einer Stornierung nach Anzeigenschluss ein Entgelt (Stornopauschale) von 50 Prozent des Anzeigenpreises berechnet (bei Umschlagseiten in Höhe von 75 Prozent). Der Nachweis eines höheren Ausfallschadens bleibt uns vorbehalten; der Auftraggeber kann den Nachweis führen, dass ein Schaden nicht entstanden oder wesentlich niedriger ist. Werden mehrere Anzeigen in Auftrag gegeben und zumindest eine davon storniert, so hat der Auftraggeber, von der Stornopauschale unabhängig, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Gesamtabnahme entsprechenden Nachlass zu erstatten.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die ausschließlich in bestimmten Heftnummern oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig bei uns eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige" deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich ohne Anerkennung einer Prüfungspflicht vor, Anzeigen – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – abzulehnen, insbesondere wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Gestaltung, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Werbung Dritter oder für Dritte enthalten ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei den Verlagsrepräsentanten aufgegeben werden. Aufträge für andere Werbemittel sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters und dessen Billigung bindend. Soweit der Verlag von seinem Ablehnungsrecht bezüglich von Werbemitteln, die Werbung Dritter oder für Dritte enthalten (Verbundwerbung) keinen Gebrauch macht, bedürfen diese in jedem Einzelfall der vorherigen schriftlichen Annahmeerklärung des Verlags. Diese berechtigt den Verlag zur Erhebung eines Verbundaufschlags. Beilagen oder Beihefter, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck erwecken, Bestandteil des Heftes zu sein, werden nicht angenommen. Die Ablehnung einer Anzeige oder eines anderen Werbemittels wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Der Auftraggeber garantiert, dass die in der Anzeige beworbenen Waren und/oder Dienstleistungen keinen rechtswidrigen oder anstößigen Inhalt haben. Dieses Garantieversprechen schützt auch unsere Mitarbeiter bzw. den für den Anzeigenteil Verantwortlichen.

10. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche, insbesondere urheber-, persönlichkeits- und wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit der gelieferten Text- und Bildvorlagen und stellt den Verlag frei von Ansprüchen Dritter – auch bei stornierten Anzeigen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter bzw. geltendes Recht beeinträchtigt werden.

11. Für die rechtzeitige Lieferung und die einwandfreie Beschaffenheit geeigneter Druckunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei erkennbar ungeeigneten oder beschädigten Vorlagen wird unverzüglich Ersatz angefordert. Kosten des Verlags für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen der Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu tragen.

12. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Werbungtreibenden zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung der Druckunterlagen endet drei Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels.

13. Der Werbungtreibende hat bei einer mangelhaften Veröffentlichung der Anzeige, etwa bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck oder Abdruck an falscher Stelle Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, sofern die Kosten für Letztere nicht im Hinblick auf den Mangel unverhältnismäßig hoch sind. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gesetzte angemessene Frist verstreichen oder schlägt die Nacherfüllung fehl, so ist der Auftraggeber wahlweise berechtigt, Kostenminderung oder – bei erheblichen Mängeln – Rückgängigmachung des Auftrags zu verlangen.

14. Der Verlag haftet nach den gesetzlichen Bestimmungen, sofern der Auftraggeber Schadenersatzansprüche geltend macht, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Verlagsmitarbeiter einschließlich der Vertreter oder Erfüllungsgehilfen beruhen. Soweit dem Verlag keine vorsätzliche Vertragsverletzung angelastet wird, ist die Schaden- ersatzhaftung auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Der Verlag haftet auch nach den gesetzlichen Bestimmungen, sofern er schuldhaft eine wesentliche Vertragspflicht verletzt; in diesem Fall ist die Schadenersatzhaftung auf den vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schaden begrenzt. Die gleiche Begrenzung gilt, wenn dem Werbungtreibenden ein Anspruch auf Ersatz des Schadens statt der Leistung zusteht. Bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei einer Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften.

Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung geltend gemacht werden. Alle gegen den Verlag gerichteten Ansprüche aus vertraglicher Pflichtverletzung verjähren nach einem Jahr ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn, sofern sie nicht auf vorsätzlichem Verhalten beruhen.

15. a) Aus einer Auflagenminderung kann – vorbehaltlich der Regelung der Ziffer 15. b) – bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertion jahres die Garantieauflage unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigender Mangel, wenn und soweit sie

- bei einer Garantieauflage bis zu 50.000 Exemplaren mindestens 20 Prozent
- bei einer Garantieauflage bis zu 100.000 Exemplaren mindestens 15 Prozent
- bei einer Garantieauflage bis zu 500.000 Exemplaren mindestens 10 Prozent
- bei einer Garantieauflage über 500.000 Exemplaren mindestens 5 Prozent beträgt.

Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 bleibt unberücksichtigt. Als Garantieauflage gilt die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche verkaufte Auflage des vorausgegangen Kalenderjahres. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

15. b) Abweichend von Ziffer 15.a) berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagendaten veröffentlichen, nur dann zu einer Preisminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 Prozent und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500.000 Exemplaren 5 Prozent überschreitet. Eine Auflagenminderung aus Gründen der Ziffer 24 bleibt unberücksichtigt. Die der Garantie zugrunde liegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Grundlage für die Berechnung der Preisminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Saldo der Auflagenüber- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres. Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütung als Naturalgutschrift oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 Euro beträgt.

16. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Expressbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 überschreiten sowie Waren, Bücher-, Katalogsendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

17. Korrekturabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Werbungtreibende trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Korrekturabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung der Korrekturabzüge gesetzten Frist mitgeteilt werden.

18. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall schriftlich eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

19. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden bankübliche Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Gleiches gilt bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers.

20. Der Verlag liefert auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrags werden auch Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine verbindliche Bescheinigung des Verlags über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

21. Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten.

22. Preis-/Rabattänderungen für erteilte Anzeigenaufträge sind gegenüber Unternehmen wirksam,wenn sie vom Verlag mindestens einen Monat vor Veröffentlichung der Anzeige oder des anderen Werbemittels angekündigt werden. In diesem Fall steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen in Textform nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.

23. Wird für konzernverbundene Unternehmen eine gemeinsame Rabattierung beansprucht, ist der schriftliche Nachweis des Konzernstatus des Werbungtreibenden erforderlich. Konzernrabatte bedürfen der ausdrücklichen, schriftlichen Bestätigung durch den Verlag.

24. Bei Betriebsstörungen, in Fällen höherer Gewalt, illegalem Arbeitskampf, rechtswidriger Beschlagnahme, Verkehrsstörungen, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung und dergleichen – sowohl im Vertrieb des Verlags als auch in fremden Betrieben, derer sich der Verlag zur Erfüllung seiner Verbindlichkeiten bedient – hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn das Verlagsobjekt mit 80 Prozent der im Durchschnitt der letzten vier Quartale verkauften Auflage vom Verlag ausgeliefert worden ist. Bei geringeren Verlagsauslieferungen wird der Rechnungsbetrag im gleichen Verhältnis gekürzt, in dem die Garantieauflage zur tatsächlich ausgelieferten Auflage steht.

25. Beilagen müssen sachgemäß verpackt, unbeschädigt und genau gefalzt angeliefert werden, sonst übernehmen wir keine Haftung. Die angelieferte Stückzahl wird nicht kontrolliert. Eine Unterzeichnung des Lieferscheins ist keine Bestätigung.

26. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlags. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlags. Soweit Ansprüche des Verlags nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz.